

Література

1. Пирог Г. В. Професійне самовизначення старшокласників, які опинились у складних життєвих обставинах: діагностична та корекційно-розвивальна робота / Г. В. Пирог, Д. С. Коробко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки». – Випуск 2. Том 2. – Херсон, 2018. – С. 66-71.
2. Пряжников Н. С. Профессиональное самоопределение: теория и практика : учеб. пособие / Н. С. Пряжников. – М. : Академия, 2008. – 117 с.
3. Пряжникова Е. Ю., Пряжников Н. С. Профориентация: Учебное пособие для студ. высш. учеб.заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2005.
4. Разварина, И.Н. Семья как социальный институт развития личности ребенка в подростковом и юношеском возрасте [Текст] / И.Н. Разварина, Н.А. Кондакова // Проблемы развития территории. – 2014. – № 6.
5. Roe A. Early determinants of vocational choice // Journal of counseling psychology. 1957. Vol. 4. P. 212–21

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У СВІДОМОСТІ

Соболева Єлизавета Сергіївна
Житомирський державний університет
імені Івана Франка, м. Житомир
Науковий керівник – канд. філософ. наук,
доц. Пирог Ганна Володимирівна

У вітчизняній політичній культурі особистості лідера традиційно відводиться центральне місце, політичний вибір багато в чому персоніфікований.

Приймаючи електоральне рішення, виборець найчастіше орієнтується не на програми, а на особистісні якості кандидата. Іншими словами, щоб претендувати на перемогу, політик повинен демонструвати якості, які відповідають – в очах масового виборця – його політичним перевагам [1].

Механізми формування іміджу політика у виборців схожі з механізмами міжособистісного сприйняття. Перший фактор формування реального іміджу створюють особистість політика і його діяльність. До блоку «особистість політика» відносять такі складові, як його зовнішні дані (привабливість, вік і здоров'я, манера одягатися, жести та міміка); наявність чи відсутність харизми; темперамент; характер; здібності; а також особливості мотиваційної сфери (мотиви участі в політичній діяльності).

Другою важливою складовою даного фактору є політична позиція в цілому (приналежність до тієї чи іншої партії, руху), передвиборча програма та діяльність політика. Але вони цінні не стільки самі по собі (політична позиція як така не дуже важлива, і передвиборчі програми мало хто читає), а як демонстрація професійних та особистісних якостей – економічно грамотний, розумний, тримає слово і т. д.

Звичайно, для політика надзвичайно важливо демонструвати розум, компетентність і професіоналізм, моральні якості, разом з тим не можна недооцінювати значення зовнішніх факторів. Дві третіх виборців стверджують, що для них важливо, як кандидат виглядає і як говорить. Привабливість, приємна зовнішність кандидата можуть стати для когось вирішальним аргументом для голосування. Партії та кандидати часто пропонують схожі програми, тому у свідомості людей формується не стільки образ ідей, скільки образ конкретних особистостей.

Безумовно, на електоральний вибір впливають і такі чинники: склад виборчого округу, рівень матеріальної забезпеченості більшості жителів. Наприклад, інтелігенцію привертають

насамперед якості кандидата – рівень освіти, передвиборча програма; робітників – захист їхніх інтересів, соціальна приналежність кандидата. Для молоді цікаві біографічні дані; на їх сприймання впливають уявлення про ідеального політика та емоційні оцінки [3]. Для людей похилого віку дуже важлива партійна приналежність, а також проживання кандидата в одному з ними регіоні. Таким чином, створення іміджу націлюється на те, щоб виборці побачили в кандидаті ті якості, якими, напевне, хотіли б володіти самі.

Про зовнішність, манери, ораторські здібності політика кожний виборець може судити сам, побувавши на зустрічах з кандидатом та на інших публічних заходах. Крім того, про програму та діяльність можна робити висновки зі слів кандидата (через звернення та виступи) і спостерігаючи зовнішню рекламу, читаючи листівки та буклети, які розповсюджують. Якщо використати термінологію Г.Г.Почепцова, то це пряма іміджеутворююча інформація – тобто та, котру людина отримує при безпосередньому контакті [4].

Стосовно формування іміджу слід зауважити, що свідомість натовпу не може сприймати політику, не персоніфікуючи її: для нього значно важливішими є люди, ніж ідеї [6]. Однак спілкування з політиком дуже рідко буває безпосереднім, найчастіше виборцю транслюється образ політика ЗМІ. Це так звана непряма іміджеформуюча інформація (та, яку людина отримує «через треті руки»).

Образ політика як результат перцепції набагато в меншій мірі базується на чуттєвому сприйнятті чи безпосередньому контакті, ніж на отриманих від ЗМІ даних. Вони дають можливість передавати великі об'єми інформації на велику аудиторію і тим самим охоплювати не окремі групи людей, а саме маси.

Особливе значення ЗМІ відіграють в сфері політичної соціалізації та орієнтації людини в політичному житті: весь спектр політичних партій та рухів може бути поданим індивіду тільки через ЗМІ. Однак ЗМІ часто пропонують вже готові образи лідерів чи партій, вносячи свої оцінки та судження.

На відміну від інформації, яку можна отримати в міжособистісному спілкуванні, інформація в ЗМІ певним чином структурована [2]. Це означає, що в тій чи іншій мірі ця інформація вже пройшла через відбір, класифікацію, категоризацію фактів та явищ суспільного життя. Людина отримує в результаті інтерпретацію інформації, готові образи політичних лідерів. Очевидно, що ЗМІ подають інформацію з позицій певних груп і у відповідності з їхніми інтересами, тобто є заангажованими. Тому необхідно відрізняти ЗМІ, які працюють у відповідності зі стратегією передвиборчої кампанії даного кандидата і незалежні чи вороже налаштовані ЗМІ.

Таким чином, в результаті теоретичного опрацювання було з'ясовано, що формування образу політика у свідомості залежить від механізмів міжособистісного сприйняття, від політичної позиції та рівня забезпеченості виборця, а також від отриманих від ЗМІ даних, щодо образів політичних лідерів.

Література

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект пресс, 1996. – 363 с.
2. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Наука, 1994. – 304 с.
3. Пирог А.В. Психологические особенности политического участия молодежи // Наука і освіта. – 2007. – № 8-9. – С. 132-135.
4. Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 140 с.
5. Почепцов Г.Г. Имиджелогия: теория и практика. – К.: АДЕФ-Украина, 1998. – 392 с.
6. Сергієнко Н.О. Психологічні прийоми в політиці: навч.посіб. – К.: МАУП, 2006. – 112 с.

ПІЗНАВАЛЬНА САМОСТІЙНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА ЯК ФАКТОР УСПІШНОСТІ ЙОГО УЧБОВО-ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стахова Ольга Олександрівна

канд. психол. наук, ст. викл.,

Савина Анна Юріївна

Житомирський державний університет

імені Івана Франка, м. Житомир.

На сьогоднішній день проблема розвитку пізнавальної самостійності студентської молоді є досить актуальною, що зумовлено реалізацією дещо під іншим кутом через зростання обсягу інформаційного поля дидактичної функції учбово-професійної діяльності: відтепер викладачеві важливо не просто передавати знання, а вчити майбутніх фахівців здобувати їх самостійно. Відповідно, якщо до недавнього часу підготовка до професійної діяльності ґрунтувалася на репродуктивному відтворенні знань, то в умовах глобалізації сучасного суспільства цього недостатньо. Для успішної учбової та ефективного здійснення в майбутньому професійної діяльності студент повинен мати сформовану на достатньому рівні здатність до самостійного пізнання, пошуку, аналізу й синтезу інформації, її критичного переосмислення [2, 18].

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що проблема самостійності, зокрема пізнавальної, є предметом жвавого вивчення не одного десятиріччя, про що свідчить широкий діапазон праць представників психологічної науки. У переважній більшості теоретико-емпіричних досліджень розкриваються загальні підходи до розгляду самостійності особистості, обґрунтовується її зв'язок із феноменом пізнавальної діяльності (К.О. Абульханова-Славська, О.М. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн та ін.). Водночас чимало науковців (Л.М. Король, С.М. Максимець й ін.) звертаються до дослідження особливостей розвитку пізнавальної самостійності школярів, яка виступає необхідною умовою ефективного оволодіння учнями необхідними знаннями, вміннями та навичками. Утім, робіт, присвячених пізнавальній самостійності студентської молоді, небагато (А.О. Болотський, О.П. Муковіз, М.М. Солдатенко й ін.), що вказує на необхідність подальшої розробки цієї проблеми.

Поняття самостійності є однією з центральних категорій у психології, яка визначається як здатність особистості до постановки перед собою цілей і вирішення проблематичних ситуацій на шляху досягнення бажаної мети.

За словами О.П. Муковоза, самостійність являє собою особливий комплекс психологічних характеристик, до яких належать гнучкість мислення, активність, незалежність, волюні властивості, здатність до певних видів діяльності, яка проявляється під час виконання навчально-пізнавальних завдань [5].

Л.М. Король, С.М. Максимець, розглядаючи феномен самостійності, відмічають, що в його основі лежить діяльність наслідування, котра з часом дає поштовх для творчого саморозвитку та пізнавальної активності індивіда [3].

У свою чергу, пізнання, згідно з поглядами представників психологічної науки, визначається як творча діяльність людини, орієнтована на отримання нею знань про світ і саму себе. Пізнання як діяльність не є статичним, завмерлим явищем, воно є динамічним, оскільки, постійно поповнюючи багаж знань й переробляючи нову інформацію, особистість розвиває себе, своє сприйняття цього світу.

У зв'язку з цим В.С. Ляшенко пропонує розглядати пізнання як найвищу форму відображення об'єктивного світу у свідомості людини. На відміну від інших, нижчих форм відображення, воно здатне давати комплексну, повну картину, виходячи за межі базису знань. Відповідно, на думку автора, пізнання та самостійність не виступають тотожними поняттями, але вони разом посилюють одне одного і є характеристиками пізнавальної самостійності, зокрема студентської молоді [4].